

# Banca Privada

Febrero 2017

**INVERSIÓN**  
@finanzas.com

«No tiene  
sentido crear  
sicavs, es más  
eficiente  
invertir en  
fondos»



## A FONDO

Cómo hacer  
frente a la  
inflación  
siendo  
conservadores

**JOAQUÍN  
HERRERO**

PRESIDENTE DE MERCHBANC

## JOAQUÍN HERRERO

PRESIDENTE DE MERCHBANC

# «No tiene sentido crear sicavs, es más eficiente invertir en fondos»

Herrero y su grupo son pioneros en las finanzas de nuestro país. Fueron los primeros gestores de patrimonio internacionales en España y en lanzar productos domiciliados en Luxemburgo. Para él «la razón de existir» de Merchbanc son sus clientes a los que ofrece rentabilidades anuales de hasta el 37,40 por ciento debido a que «somos unos excelentes fabricantes de producto».

Esther García López

**E**n España el que resiste gana». Esta frase pronunciada por Camilo José Cela al recibir el premio Príncipe de Asturias puede aplicarse a Merchbanc, un grupo financiero especializado en gestión de patrimonios y asesoramiento financiero que lleva 35 años operando en España. La entidad ha pasado por luces y sombras, pero el balance, según su presidente Joaquín Herrero «es positivo». Sus objetivos son perdurar y crecer siendo fieles a sus principios y aprobar su asignatura pendiente: darse mejor a conocer entre sus potenciales clientes, ya que «estoy convencido de que si conocieran nuestra gestión, nuestros valores y nuestros resultados de rentabilidad harían cola para estar con nosotros».

**Resistir 35 años en la industria financiera es un milagro. ¿Cómo se consigue?**

Sí lo es. Se consigue trabajando mucho, siendo corredores de fondo, rigurosos y exigentes con nosotros mismos. Al final acumulas éxitos y fracasos, pero el balance es muy positivo.

**¿En qué pilares se sustenta su grupo para mantenerse durante más de tres décadas en el sector de las finanzas?**

Para nosotros lo más importante son el inversor y el gestor. Uno puede tener una gran institución detrás pero lo importante es saber quién es el 'cocinero'. En Merchbanc somos gestores de patrimonio y nuestros principios y normas de actuación son las que teníamos en 1981 cuando se creó la entidad. Somos un grupo independiente que huye de conflictos de intereses. Defendemos los intereses de nuestros clientes porque ellos son nuestra razón de existir. Además, hay que ser honrados y buenas personas. Trabajamos con rigor y con una alta competencia profesional y ahí están los resultados.

**¿Cómo evoluciona su Plan de Expansión 2020 para aumentar su volumen de activos e incorporar nuevos profesionales?**

Estamos avanzando. Hemos aumentado el equipo de profesionales, tanto de análisis como de gestión para seguir siendo unos excelentes fabricantes de producto. También hemos reforzado el área de desarrollo de negocio y estamos potenciando Madrid para que pase a ser la sede más importante de Merchbanc. Hemos abierto oficinas en Valencia y en Alicante porque donde encontramos buenos pro-

fesionales y vemos que hay mercado, allí estamos.

**¿Cómo se asume pasar de gestionar 1.100 millones de euros antes de la crisis a gestionar 400 millones en la actualidad? ¿Qué ha aprendido de esta experiencia?**

Se aprende siempre y de las crisis más. Empezamos en 1981 y en esa década se produjo un gran cambio en el mundo financiero

español y nosotros participamos en él. Los 90 fueron la década prodigiosa de Merchbanc porque éramos gestores

«Merchfondo es el fondo de inversión global más rentable a 3, 5, 10, 20 y 25 años»

de patrimonio internacionales y en España no había nadie que hiciera nada en el campo internacional. Ese era nuestro factor diferenciador. Empezamos a invertir en Europa y en EE.UU. desde el inicio porque la bolsa española era muy estrecha. Queríamos y queremos que los inversores puedan invertir en grandes empresas o en proyectos que van a cambiar el mundo. En los 90 tuvimos unas rentabilidades excepcionales, tanto, que



en EE. UU. nos dieron el 'Oscar' de las finanzas, el premio Lipper, a nuestro fondo Merchfondo en rentabilidad a 5 y 10 años. En esa década nuestros fondos lograron el 112 por ciento de rentabilidad, fue impresionante. Luego vino la destrucción de las Torres Gemelas y el mundo cambio. Nos cogió muy invertidos en EE. UU. y tuvimos una caída importante. Además, coincidió con que el Ibex era el índice que más subía en el mundo. Nosotros sacábamos un 20 por ciento y el Ibex daba un 42. Luego vino la crisis, la más dura que he vivido, que arrasó en todos los segmentos.

**Merchbanc fue la primera gestora de fondos española que lanzó productos domiciliados en Luxemburgo. ¿Cree que ahora el patrimonio de las sicavs que está en España emprenderá camino a Luxemburgo con los cambios que se avecinan en su fiscalidad?** Gestoras y bancos ya están abriendo en Luxemburgo y nosotros llevamos más de 20 años allí porque siempre hemos buscado lo mejor para nuestros clientes y cuando encuentras un sistema sólido que funciona muy bien el cliente lo valora. Luxemburgo es un país con una gran estabilidad y el número uno de Europa en la industria

de fondos, desarrollaron una legislación para defender al inversor y no la cambian. En España, según el viento que sopla, se cambia la legislación. Por eso nos gustó Luxemburgo y desarrollamos allí unos fondos de inversión que hemos ido adaptando. Tenemos nuestro Merchfondo aquí y en Luxemburgo. Ahora hay que preguntar a los políticos españoles si quieren promocionar el ahorro o no, porque no hay instrumento mejor para promocionarlo que las instituciones de inversión colectiva por sus eficiencias desde el punto de vista de organización y por su fiscalidad. No nos carguemos unos instrumentos que funcionan.

**A pesar de lo que dice nunca le han gustado mucho las sicavs, ¿por qué?**

Por estas cosas. Siempre ha habido un resquemor por parte del Ministerio de Hacienda hacia las sicavs, veía que algún día se meterían con ellas y me pregunté ¿qué sentido tiene montar

«Lo que puede ofrecer una entidad extranjera a un cliente se lo ofrecemos nosotros»

una sicav si puedes estar en un fondo? En España se han utilizado las sicavs por parte de muchos bancos para hacer clientes cautivos, por eso las han potenciado tanto. No tiene sentido montar sicavs, que tienen una serie de servidumbres, cuando es mucho más sencillo y eficiente invertir en fondos, por eso llevamos muy pocas sicavs españolas, porque para mí no hay argumentos para constituir una sicavs.

**Sus fondos, principalmente los de renta variable, han tenido una alta rentabilidad a largo y corto plazo. ¿Cómo lo consiguen?**

Tenemos tres fondos que constituimos hace 30 años: Merchfondo (renta variable), Merch-Universal (mixto) y Merchrenta (renta fija). A pesar de la crisis, Merchfondo ha dado una revalorización desde su constitución del 8,86 por ciento anualizado, esto es muy importante y es lo que el inversor busca, el largo plazo. Merchrenta FI ha tenido desde sus inicios una revalorización del 4,63 por ciento anualizado, no está mal, pero hay casi cinco puntos de diferencia entre la renta variable y la renta fija en el largo plazo, por eso siempre digo a mis clientes que inviertan en acciones y algunos



## «INVERTIMOS EN EMPRESAS DE SALUD, TECNOLOGÍA Y CONSUMO»

A Joaquín Herrero le gusta invertir en empresas de EE. UU. y Europa porque cree que así aporta mayor rentabilidad a sus clientes. «A nosotros nos gusta descubrir grandes empresas con valor y futuro». Se declara inversor a largo plazo porque contra el corto plazo «no te puedes defender. Nadie sabe lo que va a hacer la bolsa». Por ello, dirige sus inversiones a empresas del sector de salud (healthcare) porque en él hay compañías que están teniendo un desarrollo «enorme». Otros de sus sectores preferidos son los de biotecnología, tecnología y consumo. Ahora también apuesta por el sector financiero y prefiere Bank of America a los bancos españoles y «nos está yendo bien».

me hacen caso. También a cinco años Merchfondo está dando una rentabilidad muy elevada, el 23,60 por ciento. Este es el fondo de inversión global más rentable a 3, 5, 10, 20 y 25 años. En 2016 su rentabilidad fue del 23,69 por ciento y la de nuestro fondo Merch-Oportunidades (renta variable) del 37,40 por ciento. Esto es lo importante, lo que queremos transmitir a los inversores.

**Con estos retornos, ¿su asignatura pendiente es dar a conocer a potenciales clientes esta rentabilidad para atraerlos a su grupo?**

Sí, esa es mi asignatura pendiente, ser capaz de transmitir al mercado lo que es Merchbanc. Estoy convencido de que si nuestros potenciales clientes conocieran nuestra gestión, nuestros valores y nuestros resultados de rentabilidad harían cola para estar con nosotros. Para conseguirlo, vamos a llevar a cabo campañas de información. Hasta ahora, a la mayoría de nuestros clientes procedían del boca a oreja. Esto es lo que mejor nos funciona.

**Uno de los objetivos de Merchbanc es salir al exterior para captar clientes. ¿Es complicado atraer clientes extranjeros?**

Sí. Es muy complicado pero estamos intentándolo. Hace un año The Wall Street Journal publicó que nuestro Merchfondo era el número uno del

ranking de una selección de 10 fondos. Durante varios meses hemos estado en el número uno y pensamos que como los americanos valoran mucho estas cosas podríamos tener clientes allí. Dijimos: si somos gestores internacionales y nos califican como de los buenos ¿por qué no salimos fuera si hay mercado? Tenemos el producto adecuado, pero para salir fuera hay que tener volumen y aún no tenemos el suficiente. Pretendemos crecer más en el mercado nacional para luego desarrollarnos en el internacional.

**¿La competencia en banca privada cada vez es mayor?**

Competencia hay mucha, sobretodo internacional. El gran inversor español se ha fijado mucho en las entidades internacionales porque busca algo más. Nosotros somos nacionales pero tenemos esa visión internacional y lo que le puede ofrecer una entidad extranjera se lo ofrecemos nosotros. A la gente le gusta que la 'cocina' esté en España, porque puede venir un día un gestor de Boston para responder a sus preguntas pero la 'cocina' está allí. El cliente no tiene trato con el gestor y aquí sí, con lo que se genera más confianza. Eso los

«Muchos bancos han utilizado las sicavs para hacer clientes cautivos»

internacionales no lo pueden ofrecer y nosotros sí.

**¿Qué proyectos se han propuesto conseguir a corto y medio plazo?**

Que Merchbank crezca y siga siendo una gestora de patrimonios independiente de referencia. Seguir siendo gestores internacionales, con nuestros principios, nuestra ética y nuestras normas de actuación. Si hemos sobrevivido así durante 35 años pretendemos perdurar en el tiempo.

**¿Además de ser un reconocido financiero también es cantante y músico. Creó en los años 70 el grupo de rock los Cisnes Negros con los que grabó un elepé y varios singles. ¿Las finanzas y la música son pasiones que se complementan?**

La mezcla de ambas me da equilibrio. Yo me podría haber dedicado a la música pero elegí las finanzas.

**¿Por qué? ¿Por el dinero?**

Aunque parezca raro, el dinero me importa poco. Estoy entusiasmado por la profesión de gestor de patrimonio porque creo que aportamos valor y que hacemos una función social. Cuando montamos Merchbanc creíamos, y ahora también, que el ahorro se tiene que invertir muy bien porque es muy bueno para la eficiencia del sistema y para mí eso es un reto. Me interesa más ser que tener. ■